

纪辉:缔造女性美学开拓者

■ 本报记者 王海亮

如今,医疗美容在中国的受欢迎程度不断提升,“医美”“抗衰”早已成为大众消费热词,不论是一线还是二、三线城市,医美机构更是如雨后春笋般涌现,曾经的“奢侈消费”逐渐成为日常生活的一部分,而在20世纪90年代,“医疗美容”领域却还带着层层神秘面纱,鲜少与普通人产生交集。

行业的蓬勃发展,离不开一批勇敢追美,打破常规的开创人,其中,秦皇岛纪辉整形美容医院创始人、董事长纪辉更是先行团队中的佼佼者。她不仅凭借着自己的专业技术重新定义了“美”的可能,以创新的商业模式引领区域医美发展,更是率先提出“生活美容医疗化”与“医疗美容生活化”的全新理念,刷新行业认知。用近30年时间,缔造了属于“纪辉”的美丽帝国。

是谋生手艺 更是终身事业

在很小的时候,纪辉的心里就已经种下了一颗关于“美”的种子,凭借着自己对“美”的敏锐感知,刚离开校园的她便放弃了众多可能,选择了美发行业作为踏入社会的起点。三年的勤学苦练成为最难忘的技艺,每天还没有亮就忙着给手艺师傅擦镜子、抹桌子,镜子前一站就是十几个小时,稚嫩的双手上满是剪刀留下的伤口。

积攒了几年经验后,1996年,纪辉跟着家人一起来到秦皇岛,并在次年开出了属于自己的第一家美发店——维丝力美容美发厅,虽然店面不大,仅15平方米,却是她商业旅程的起点。当时,小小的美发室一天的平均收入可达100元以上,可谓那时的“高收入”,但简单的剪发服务却让纪辉感到不安,因为她发现,优秀的同行不但可以做头发,还能为年轻的手艺人做培训,组织行业赛事,把前沿的美发技术传播发展。这些洞察让她意识到,或许这个行业还能有更多可能性。思虑再三,纪辉作出了一个关键决定:暂闭美发厅,重新做回学生。

意料之中,这一想法遭到了身边所有人的反对,但纪辉却在心里给自己定下了一个新的目标,那便是,美容美发行业也可以变得很专业。2000年,她只身前往西安,加入了全国美容行业培训的集聚地,系统地学习了化妆美容的各项技术,也正在在这段求学期间,她第一次接触到了纹绣技术。用她的话来说,纹绣与理发完全不同,她更需要手艺人对美的感知和更精进的技

术,也正是这份独特的要求,让天生对“美”敏感的纪辉得心应手,她不仅学得比其他学生更快,作品产出也更为优秀,更是很快成为学校的助教老师。

毕业后,纪辉再次开始了自己的创业之旅,这一次,她在原有的美发业务中增加护肤护理、纹绣等生活美容的服务。经过技术和资金的双重沉淀,秦皇岛纪辉美容美体有限公司应运而生,也标志着她开始向手艺人到经营者的角色转换。

改变思路 在创新中找到方向

经营美容美体公司不过一年时间,纪辉便遇到了几乎所有技术出身的创业者都会遇到的困境:懂技术,却不懂管理。只知道做好技术和服务,却忽视了控制成本、团队管理、营销推广等问题,这也导致了公司的直接亏损。但是,这段亏损期却也成了纪辉职业生涯中最重要的转折点,她开始意识到,仅凭对美的热情和技术上的精益求精,并不足以支撑一个企业的健康发展,她必须学会企业管理,才能走得更加长远。

纪辉开始系统地学习企业管理知识,包括市场营销、团队管理等,同时,在友人的提醒下,她开始思考,自己的核心竞争力究竟是什么?随着市场竞争加剧,美发生意每况愈下,反而是面部美容、纹绣业务的市场势头崛起,而经过几番调研后,她还发现,市场上不仅纹眉毛贵,洗眉毛的价格也不菲,而洗眉的高定价也与当时的纹绣技术有关,纹眉用户在审美落后的年代,大多数做完都是有粗颜色眉毛颜色发蓝,眉形效果不理想,成为很多求美者迫切需要解决的问题,这也意味着,有大量需要洗眉,再次需要纹绣的顾客,但技术出身的纪辉知道,洗眉毛需要一台洗眉机,加上她带回了最前沿仿真植眉的纹绣技术。于是,纪辉将目光全部聚焦在纹绣业务上,砍去了美发业务,出资购买了一套洗眉毛设备,推出98元“仿生植眉+免费洗眉”活动,客户不仅可以体验到当时先进的纹绣技术,还能免费解决蓝眉毛问题。

这一次的业务调整很快就见效,公司的纹绣业务迅速增长,不仅扭转了亏损局面,日营业额可达上千元,还在当地建立了口碑。

随着越来越多的客户来到“纪辉”,她也注意到,客户们对于“美”的追求正在不



断升级,除了纹绣,大家也关心起其他医疗美容项目。这一市场需求的转变,让纪辉看到了新的机遇与挑战:生活美容需要向医疗美容迈进,否则必将无法满足客户日益增长的需求。经过深思熟虑和充分准备,2008年,纪辉做出了一个大胆的决定:创立秦皇岛纪辉美容医院有限公司,成为河北省首家依法设立并规范运营的私人整形医院。该举措不仅推动了企业自身的转型升级,也在区域层面促成了医美行业从分散经营向医疗化、标准化发展的关键跨越。

重构“美”的可能 定义行业新标准

随着秦皇岛纪辉美容医院有限公司的成立,纪辉也在行业内率先提出了“生活医疗美容化”和“医疗美容生活化”的双向理论,在她的蓝图中,生活美容应当具有医疗美容一样的高技术标准和服务,医疗美容更应该像生活美容一样,不再有“高门槛”,而应该像日常消费一般容易。

为了让这一美学理念带到更多客户身边,纪辉放弃了传统的营销手段,选择大开公益之门,她以破釜沉舟的勇气,不计成本地投入大量资金,组建起专业团队,引入专业设备和高级材料,并通过免费资助谈伤儿童、为雀斑困扰的女性、家境困难女士等,打造出一个又一个“纪辉出品”的都市丽人,整形美容医院的知名度也彻底打开。也正是在这一阶段,纪辉将自己的名字正式注册为品牌,并确立为终身品牌使用。在她看来,这不仅是品牌建设,更是一种责任绑定——将个人声誉与机构质量长期捆绑,意味着必须对每一次服务结果负责。这一选择,也标志着她完成了从个人经营者向制度型企业家的转变。

2015年之后,市场竞争日趋激烈,当不少整形医院都以高价作为盈利方式时,纪

辉却再次刷新行业认知,不仅将更多产品价格透明化,降低中间商利润,还早早通过流量进行变现。在纪辉的逻辑里,企业家的医院不挣差价,挣口碑,以优质服务赢得客户的重复消费,同时,形成标准化服务,利用技术工具在线上推广,实现线下引流,再进行延展性消费。事实证明,她的战略调整是成功的,业绩一路飙升,实现稳定日客流400-600人,最高达1800+人,医院年服务客流突破17+万,转换率高达67.3%的成就,刷新了传统医美运营的经营结果,创新了全国的双美融合经营突破性经营,在医疗美容和生活美容行业双双遥遥领先。

更为难得的是,纪辉并未将自身的成功经验视作“商业机密”,而是主动选择向行业开放。2018年,她牵头组织了秦皇岛首届医疗美容博览会,汇聚前沿技术、权威专家与产业资源,推动区域医美行业的系统交流与能力升级。2020年,她进一步发起成立美业高增长私董会,搭建面向美业企业负责人的线下交流平台,围绕双美管理经验、经营模式和行业趋势进行分享。

在纪辉看来,企业的发展不应止步于自身规模的扩大,更应承担推动行业整体进步的责任。她希望通过持续的组织与分享,推动整个行业向更规范、更专业、更具长期价值的方向演进。也正是在这一层意义上,她的角色早已超越单一医疗机构的经营者,成为医美行业中少有的、兼具实践能力与行业责任感的企业家型推动者。

谈及未来,纪辉对医院的未来有着清晰的规划,在“生活医疗美容化”和“医疗美容生活化”的理念基础上,为更多女性打造一个可以提高生活品质、增强自信的空间,让纪辉成为秦皇岛,乃至全国的双美高增长经营标杆。同时,也要带动行业让医疗美容走得更加规范、透明、健康,因为在她的内心中,美代表着无限可能。

北京密云发布优化营商环境十大行动计划

中新网消息,北京市密云区9日举办“携手同心,共赴未来”2026年优化营商环境大会,发布密云区优化营商环境十大行动计划,同步推出“政策礼包”和“机遇清单”,为企业精准赋能。

为企业保驾护航

活动现场发布密云区优化营商环境十大行动计划,聚焦政务服务提速增效、助企暖企精准护航、招优引强聚企强链、重大项目落地攻坚、金融服务赋能增效、土地供应赋能增效、人才保障赋能提升、法治保障护企安商、政务诚信履约践诺、亲商稳企深度宣传十大领域,持续擦亮营商环境“密云帮”品牌,以改革破解制约经营主体发展的痛点堵点,以营商环境的持续优化为企业保驾护航。

出台10项核心政策

据介绍,为切实破解企业发展痛点、堵点、难点,厚植企业成长沃土,北京市密云区立足区域发展定位,聚焦企业初创、成长、扩张全生命周期,出台10项核心政策。

其中,专项政策紧扣生命健康、新能源智能汽车两大主导产业,从技术创新、

产能扩张、产业链配套等方面出台针对性举措,重点培育龙头企业、扶持中小企业成长,推动主导产业集群化、高端化发展,打造具有密云特色的高质量产业链;涵盖消费、文旅等领域支持政策,以及人才引育、金融赋能、空间保障、初创孵化等全要素保障举措,精准匹配企业不同发展阶段的个性化需求,为各类市场主体高质量发展蓄力赋能、铺路搭桥。

推出300条高质量发展机遇

活动现场发布密云区“机遇清单”,聚焦科技创新、产业发展、市场拓展、应用场景、政策资金五大维度,系统推出300条高质量发展机遇,以场景牵引、开放共享为核心路径,激活区域合作动能,赋能经济高质量发展。

产业发展方面,密云区提供土地厂房、楼宇等48宗多元空间资源;梳理23个产业链供应链配套项目,精准匹配产业供需,降低流通成本,深化协作共拓市场;开放孵化器及概念验证、中试生产、检验检测等14家专业平台,配套完善人才与会展服务,构建企业全生命周期发展生态。(陈杭)

新年首团揽超3亿美元订单 温州眼镜业书写出海“进化论”

■ 蓝伊旎

“二十年前,我们连报名都报不上,现在温州展团已经是这里规模最大的展团了。”10日,温州市金桥进出口有限公司负责人吴辉盛刚从2026年意大利米兰光学眼镜展回到浙江温州,语气中透着感慨与自豪。

据悉,意大利米兰光学眼镜展创立于1970年,是全球规模最大、影响力最广的眼镜业盛会。日前,在温州市贸促会的组织下,179家眼镜企业作为温州“百团千企出海拓市场增订单”的新年首团之一出征该展会,短短3天,共斩获超3亿美元订单。

规模跃升 闪耀国际舞台

时光倒回21世纪初,当第一批温州眼镜商怀揣样品、远渡重洋来到米兰时,迎接他们的不是机会,而是一道无形的壁垒。

许多参展商回忆,

早期国际展会

“中国制造”抱着审视的态度,即便中国企业报名成功,也往往只能在角落里租个小展位,小心翼翼地试探市场水温。

转机源于产业自身的壮大与国内市场的支撑。起步于家庭作坊的温州眼镜业,如今已建立起从设计、模具、电镀到成镜的完整产业链,成为全球眼镜市场的核心供应商。同时,随着北京、上海等地眼镜展影响力日益扩大,国际展会的大门也逐渐向中国企业敞开。

今年的意大利米兰光学眼镜展上,来自50多个国家和地区的1200余家参展商同台亮相。而温州,以179家企业、5700平方米的展区,成为本届展会参展企业数量最多、整体规模最大的展团。

规模之变也映射着出海方式的演化。

温州市贸促会党组书记、会长曾伟表示,展会不仅是简单的商品陈列,而是精准对接供需的“高效引擎”,洞察市场趋势的“前沿窗口”。海外优质展会聚集了目标市场的采购商、经销商和行业精英,能帮助企业在最短时间内掌握市场动态、占据市场先机。

“在全球化竞争日益激烈的今天,展会不仅是‘卖产品’的平台,更是‘树品牌’的窗口。”如其所言,从“单打独斗”到有组织的抱团参展,“温州制造”的金名片正在国际上越擦越亮。

智能化转型 挺进中高端赛道

一款利用废弃咖啡渣原料制作的环保眼镜,吸引了众多国际客商驻足询问;厚度控制在5毫米以内的超薄板材眼镜,被来自法国、荷兰等地的专业买家现场取样,进入后续测试流程……除了规模与声量,此次温州展团更以一批创新产品引发了关注。

更具风向标意义的,是智能眼镜产品的突破。展会上,浙江回车科技有限公司与温州市瓯海眼镜有限公司联合打造的AI智能眼镜,一举拿下超5万副意向订单。

“智能眼镜的精密程度远非传统眼镜可比,为实现0.01毫米的公差,我们反复调试工艺,工装夹具重做了十几套,SOP(标准作业程序)迭代了上百次。”该公司曾长期为欧美品牌代工,如今正凭借自主攻坚的智能产品打开新市场。负责人张锐介绍,公司一期车间每小时可产出70台眼镜,年产能达15万台。

“我们每年推出数百款新品,工艺也

在持续创新,为的就是紧跟市场趋势、及时响应需求。”温州市瓯海区国际商会会长陈锦春表示,温州企业正逐步通过提升材质、工艺与服务能力,向中高端市场攀升。

以融促合 深耕海外市场

从“交易”到“交情”,温州企业参展的方式也在发生深刻变化。

展会期间,吴辉盛总是乐于邀请客商“坐下来喝杯咖啡”,聊聊市场趋势与行业变化。前几年,他将京剧脸谱配上眼镜元素体现在展位设计上,今年,他又在展位设置了一张世界地图,邀请每一位来访者在其国家所在处贴上小星星“打卡”。

“一位来自南美小岛的客人‘打卡’时特别开心,他说能在地图上代表自己的国家和其他国家的人们‘相遇’,很有意义。”吴辉盛认为,这种有温度的交流,是与客商建立长期信任的重要纽带。

品牌出海,不仅要“走出去”,更要“融进去”。今年,温州展团还在展会中设置温州文化“新三样”专题展台,让“温州智造”与温州文化同频出海,同时通过组织专场推介会、采购对接会,推动“展品变商品、展商变投资商”。

据悉,温州市贸促会已启动“靠前服务、精准赋能”行动,优化ATA单证册审核流程,累计办理单证236份,并联动各方构建起“展位规划—展品运输—行程保障”的全链条服务体系,联合商务、海关、边检设立的“易通关服务站”,为企业“走出去”提供了极大便利。

曾伟表示,温州市贸促会将依托海外联络处资源,持续为企业提供商务对接、市场调研等全链条精准服务,通过搭建高层次产业交流平台,持续擦亮“温州智造”眼镜品牌,推动温州从眼镜业“产能高地”向“价值高地”跃升,为外贸提质增效注入强劲动能。

(转自中新网)

中国吉他产业发展会议在江苏举办

额,最高年产量突破100万支。

中国文化管理协会副主席李小磊致辞。他说,吉他产业不仅是制造业的重要组成部分,更是文化表达与审美传播的载体。“匠心”代表对技艺与品质的坚守,“智创”则为行业注入科技新动能。二者的有机结合,是推动吉他产业实现创造性转化、创新性发展的关键路径,对培育音乐文化、增强文化自信具有重要意义。

面对全球市场增长与智能乐器兴起的趋势,中国乐器协会监事长钱富民建议,吉他产业要主动拥抱AI时代,携手推动“硬件+软件+内容+服务”的一体化发展;坚持创新与品质并重,积极探索传统工艺与智能科技融合创新;坚持开放合作实现共赢,强化人才、科技方面的合作,让智慧与技术红利惠及全产业链;携手开拓国际市场,推动全球吉他产业迈向智能化、多元化的新兴纪元。

在主旨演讲环节,三位行业专家从不同维度分享了深度洞察。上海市吉他艺术协会副会长朱海斌、天津音协吉他专业委员会副主任田爱军、广州市吉他学会副会长刘文胜、江苏省泰州市音协吉他专业委员会会长丁吴洪等四位专家展开巅峰对话,围绕“传统古典吉他现状”与“智能吉他发展趋势”等关键议题进行深度交流,为吉他产业生态构建献计献策。随后,中国乐器协会琴行分会会长、河北省音协吉他专业委员会会长秦川结合自身经历,生动回顾了中国吉他产业的发展变迁,指出在“银发经济”与音乐普及双重推动下,产业正步入多元拓展的新阶段。《音乐周报》董事兼总编辑李红艳从行业媒体视角,强调文化传播在产业升级

中的助推作用。

作为承办方代表,一诺国际乐器集团总裁钱军建分享了企业在技术研发、智能制造与产业协同方面的实践经验,表达了与业界同仁携手共进的决心。一诺国际乐器集团生产的PHOENIX超级智能吉他K1,融合现代科技与音乐艺术,为不同水平的音乐爱好者带来全新演奏体验。其预置丰富节奏风格,支持段落切换与自动加载,可实现多乐器伴奏效果;独创“万能模式”,零基础用户无需学习和弦指法即可跟唱演奏;配备彩色触控屏,支持参数调节与和弦指板自定义;内置多种专业模拟音色,搭配双扬声器还原真实质感;大容量电池保障续航,支持边充电边演奏。

会议期间还发表了《吉他产业高质量发展倡议》,呼吁全行业坚守匠心精神、深化科技创新、加强跨界协作。本次论坛由中乐器协会副会长朱海斌、天津音协吉他专业委员会副主任田爱军、广州市吉他学会副会长刘文胜、江苏省泰州市音协吉他专业委员会会长丁吴洪等四位专家展开巅峰对话,围绕“传统古典吉他现状”与“智能吉他发展趋势”等关键议题进行深度交流,为吉他产业生态构建献计献策。随后,中国乐器协会琴行分会会长、河北省音协吉他专业委员会会长秦川结合自身经历,生动回顾了中国吉他产业的发展变迁,指出在“银发经济”与音乐普及双重推动下,产业正步入多元拓展的新阶段。《音乐周报》董事兼总编辑李红艳从行业媒体视角,强调文化传播在产业升级

中的助推作用。

类企业都是云南发展的“最好合伙人”,把支持民营经济发展摆在更加突出的位置。

陈明介绍,截至2025年底,全省实有经营主体688万户,相比2020年末增长88.75%,民营经济增加值占GDP的比重5年间提高7个百分点,达53.5%。

云南打造一流营商环境促进经营主体提质增效三年行动计划已经进化到2.0版本,持续释放制度红利。陈明表示,将持续完善省级重点民间投资项目库,制定印发2026年民间投资省级重大项目清单,加力向民间资本推介项目。

在政企关系方面,云南持续落实政商交往“正面、负面、倡导”三张清单,用好政企沟通圆桌会和厅局长“坐诊”“巡诊”“上门问诊”等机制,实打实帮助企业解决困难问题。

从传统产业到新兴产业,从制度保障到市场信心,云南正以真心实意的姿态,打造民营企业创新创业、投资兴业的热土,闯出一条具有云南特色的因地制宜发展新质生产力之路。

(转自中新网)

近年来,云南省委、省政府多次提出各

云南省发改委主任陈明: 把民营企业当作云南发展的“最好合伙人”

■ 三里河

过去五年,云南交出了一份分量十足的成绩单:民营经济撑起“半壁江山”,实有经营主体增长88.75%,绿色铝、硅光伏、新能源电池等云南工业“新三样”成为经济发展新引擎。

党的二十届四中全会通过的“十五五”规划《建议》,对因地制宜发展新质生产力作出重要部署。云南如何走出一条产业转型升级的突围路径?又如何让民营经济真正成为“最好合伙人”?云南省发展和改革委员会党组书记、主任陈明在接受记者采访时作出回应。

以“4+5+6”重点产业突破 带动产业整体提升

“十五五”开局之年,云南省委“十五五”规划《建议》明确12项重点工作任务,第一条就是“打好产业转型升级攻坚战,构建具有云南特色的现代化产业体系”。

陈明介绍,云南将发挥比较优势